

Kysymys ilmaisesta viinasta kiehtoo suomalaisia. Milloin kadehditaan ministeriviinoja ja edustustilien avokätistä käyttöä, milloin taas pelätään, että viinahanojen kiristäjät iskevät kyntensä sellaisiin tavallisen kansan saavutettuihin etuihin kuin turistiviinan maahantuontiin. Kysymys on tasapuolisuudesta, maan tavasta, keinoista osoittaa etuoikeutettua asemaa, periaatteista ja joskus myös alkoholipolitiikasta. Ilmainen tai edullinen viina on eri tavoin alkoholipolitiikan instrumenttien, kuten saataavuuden säätelyn tai hintapolitiikan, ulottumattomissa. Osa ilmaisesta tai edullisesta viinasta kuuluu niin sanottuun tilastoimattomaan kulutukseen (ks. esim. Österberg 1989). Tärkeimmät näistä eristä ovat lailliset turistituomiset ja itse valmistetut juomat, etenkin kotiviini. Toinen ilmaisviinan pääryhmä kertyy eri tavoin lahjaksi saaduista tai vieraanvaraisuuden merkeissä tarjotuista juomista. Tässä ryhmässä juomien edullisuus tai ilmaisuus on usein näennäistä, koska sekä lahjojen vaihto että vieraanvaraisuus kuuluvat vastavuoroisuuden piiriin (ks. lahjaviinoista sekä vastavuoroisuuden lajeista Seppä 1983).

Ilmaisuuden tai edullisuuden luonne siis vaihtelee. Lisäksi eri tapauksissa on erilaisia tulkinta- ja tiedonsaantiongelmia. Tarkastellaan lyhyesti ilmaisviinan eri lajeja:

Ulkomaan tuomisten hankkimisen synnä ei ole pelkästään edullisuus, vaan myös se, että halutaan sellaisia juomia, joita Suomesta ei ole saatavissa tai joilla on matkamuiston luonne. Tällaiset juomat voivat olla hyvinkin kalliita.

Itse valmistetuilla juomilla tavoitellaan erikoisuutta. Kotiviinin valmistukseen voidaan uhrata paljon aikaa, varoja ja ponnistuksia. Kiljunpanijankin motiivit voivat joskus olla erikoisuuden tavoittelussa yhtä paljon kuin tuotteen edullisuudessaakin.

Lahjaksi ja tuliaisiksi saadut juomat ovat ilmaisia saantihetkellä, mutta ne maksetaan usein takaisin vastavuoroisuusperiaatteen mukaisesti.

Vieraisilla ja juhlissa tarjotut juomat kuuluvat samoin vastavuoroisuuden piiriin.

Edustusjuominen on ehkä eniten puhuttanut ilmaisen viinan laji. Lopulliselle maksajalleen juomat eivät ole tietenkään ilmaisia, mutta nauttijalleen usein kyllä. Tiedonsaanti edustusjuomisen laajuudesta on osoittautunut hyvin vaikeaksi asiaan liittyvien taloudellisten ja muiden intressien vuoksi.

Yhteisten tai toisten varastojen käyttö on myös ongelmallinen tapaus: perheenjäsenet voivat käyttää toistensa hankkimia juomia yhteisellä suostumuksella tai luvatta. Selkeästi ilmaista viinaa ovat tässä erässä vain rehellisesti varastetut juomat, joille niillekin voi kertyä hintaa ajan mittaan.

Tässä kirjoituksessa tarkastellaan ilmaisen tai edullisen viinan määrää vuoden 1984 juomatapatutkimuksen haastattelutietojen varassa. Samanlaisiin aineistoihin perustuvat myös aikaisemmat arviot tilastoimattomasta alkoholin kulutuksesta ja lahjaviinoista. Tilastoimattoman alkoholin kulutuksen osuudeksi Suomessa ar-

vioidaan nykyisin noin 10 prosenttia alkoholin kokonaiskulutuksesta (Österberg 1989 & 1985); suurin erä tämän ryhmän sisällä ovat ulkomaan tuomiset. Lahjaviinojen osuudeksi saatiin 1,6 prosenttia vuonna 1976 (Seppä 1983). Edustusjuomista koskevat arviot ovat hyvin epämääräisiä. On ainakin erotettava varsinaiset edustusateriat muusta yritysten ja yhteisöjen kustantamasta tarjoilusta. Hotelli- ja ravintolaneuvoston vuonna 1985 tekemän alustavan kyselyn perusteella vajaa kolmannes ravintolamyynnistä muodostui yhteisöasiakkaiden tilaisuuksista. Vain pieni osa tästä tuli edustusaterioista. Kyselyn perusteella on arvioitavissa, että varsinaisten edustusaterioiden yhteydessä nautitun alkoholin osuus jäänee pariin prosenttiin alkoholin kokonaiskulutuksesta. 1970-luvun puolella Kettil Bruun (1977) käytti eri lähteitä edustusjuomisen kaikkien eri muotojen — myös muiden kuin suoranaisen ravintolaedustuksen — arvioimiseksi ja päätyi toteamaan: ”Jos edustusjuomiseen lisätään vielä turismialkoholi, saattaa laskelma osoittaa, että Suomessa noin 10–20 prosenttia alkoholista kulutetaan joko ilmaiseksi edustustilaisuuksissa tai saadaan halvemmalla kuin virallinen alkoholipolitiikka edellyttää. Joutuukin kysymään, onko riittävää keskittyä yksilötason reaktioihin tutkittaessa hintapäätösten vaikutuksia” (Bruun 1977, 239).

Vuoden 1984 juomatapatutkimuksessa (ks. Simpura 1985) tiedusteltiin haastattelua edeltäneen viikon kustakin juomiskerrasta, miten nautitut juomat oli saatu. Kysymys kuului ”Miten saitte tai hankitte nyt nauttianne juomat?”. Vastausvaihtoehdot olivat seuraavat:

1. Ostin itse tätä tilannetta varten.
2. Olin ostanut itse, mutta en erityisesti tätä tilannetta varten.
3. Joku muu oli ostanut tätä tilannetta varten.
4. Toin itse ulkomailta tai matkoilta.
5. Valmistin itse.
6. Olin saanut lahjaksi.
7. Olin saanut tuliaisiksi.
8. Sattui olemaan kotona.
9. Minulle tarjottiin.

Haastattelijalle oli annettu ohje tulkita vastaus edellä luoteltuihin vaihtoehtoihin sopivaksi. Myös vaihtoehdot itsessään osoittautuivat tulkinnanvaraisiksi. Varsinkin luokka 3, ”joku muu oli ostanut. . .”, on hankala, koska siihen sisältyy ilmeisesti paljon juuri samassa ruokakunnassa asuvien yhteisten hankintojen käyttöä. Kun lähes kaikki haastattelut tehtiin syyskuussa, kuvaavat vastaukset tilannetta tyypillisellä syysviikolla. Ajankohtaan ei millään tavoin sisälly ilmaisviinojen nauttimisen huippuseasonkeja. Kaikkiaan juomiskertoja kartoitettiin 2 722.

Taulukossa 1 on yhdistetty vastausvaihtoehdot neljään luokkaan karkean yleiskuvan saamiseksi. ”Muut tarjosivat” sisältää luokat ”joku muu oli ostanut tätä tilannetta varten” ja ”minulle tarjottiin”. Ulkomaan tuomiset, itse valmistetut juomat sekä lahjat ja tuliaiset vastaavat suoraan alkuperäisiä vaihtoehtoja. Loput juomat katsot-

tiin itse maksetuiksi (vaihtoehdot 1, 2 ja 8).

Tulos näyttää yllättävältä: lähes puolet naisten juomasta ja neljännes miesten juomasta alkoholista oli ilmaista tai halpaa. Ylivoimainen pääosa näistä juomista oli "muitten tarjoamaa" ja siis tavalla tai toisella vastavuoroisuuden piiriin kuuluvaa. Itse hankittujen ulkomaan tuomien ja itse valmistettujen juomien osuus jäi pienemmäksi kuin niiden osuudeksi saatu arvio muuntotyypisiä lähteitä käyttäen (vrt. Österberg 1985). Lahjojen ja tuliaisten merkitys on suurempi; tosin on selvää, että niihin sisältyy myös ulkomaan tuomisia ja itse valmistettuja juomia, joita on mukana myös luokassa "muut tarjosivat".

Yllättävää tulosta on täsmennettävä tutkimalla tarkemmin ryhmän "muut tarjosivat" koostumusta. Naisilla noin puolet tämän ryhmän juomista oli sellaisia, jotka joku muu oli hankkinut tätä tilaisuutta varten, toinen puoli taas luokkaa "minulle tarjottiin". Miehillä taas jonkun muun hankkimia juomia oli ryhmästä vain kolmannes. Ryhmään "minulle tarjottiin" sisältyi viiden prosentin koko viikon alkoholin kulutuksesta ja noin 12 prosenttia miesten juomista määrästä. Sukupuolten välinen ero siis säilyy, vaikka jätettäisiinkin huomioon

ottamatta todennäköisesti puolisoitten perheen yhteiseen käyttöön hankkimia juomia sisältävä luokka "joku muu oli hankkinut".

Halvan tai edullisen alkoholin osuus vaihtelee nauttijan iän ja sosiaalisen aseman mukaan. Aikuiset miehet, varsinkin työläisiin ja alempiin toimihenkilöihin kuuluvat, ovat muita harvemmin osallisina vastavuoroisen vaihdon tuomia juomia nautittaessa. Naisten keskuudessa taas halvan viinan osuus on suurin vanhimmassa ikäluokassa. Naisten eri sosiaaliryhmien erot liittyvät lähinnä halvan alkoholin koostumukseen siten, että lahjat ja tuliaiset ovat vähiten tärkeitä ylempiin toimihenkilöihin lukeutuvien keskuudessa.

Luokitus, jota taulukossa 1 on käytetty, ei vielä riitä kaikkien halvan tai ilmaisen viinan lajien käsittelemiseen. Tutkimusaineistossa on myös tietoja siitä, minkälainen juomistilanne oli luonteeltaan (vrt. Simpura 1985, luku 5). Vastaaja itse luokitteli tilanteen johonkin 15 tilannetypistä. Näistä kaksi liittyi jossakin määrin edustusjuomiseen: tilanteet "työn lomassa" ja "viralliset tilaisuudet". Koko maassa naisten juomasta alkoholista 3 prosenttia nautittiin näissä tilanteissa, miesten juomista määrästä 6 prosenttia. Kaikki työn lomassa tai virallisissa

Taulukko 1. Edullisen tai ilmaisen alkoholin eri lajien osuus tyypillisellä syysviikolla 1984 eri väestöryhmien alkoholin kulutuksesta (% ao. ryhmän viikossa juomasta määrästä)

	saantitapa				
	muut tarjosivat	ulkomaan tuomiset	itse val- mistettu	lahjat, tuliaisat	yht.
naiset	40	2	0	3	45
ikä					
15—19	35	1	—	—	36
20—29	34	2	0	1	37
30—49	43	1	0	2	46
50—69	49	2	—	2	53
sosiaaliryhmä					
ylemmät toimihenkilöt	46	1	0	1	48
alemmat toimihenkilöt	46	3	0	3	52
maanviljelijät	(37)	(1)	(—)	(11)	(49)
työntekijät	38	1	—	4	43
muut	29	0	—	2	31
miehet	20	1	1	1	23
ikä					
15—19	39	—	—	1	40
20—29	17	2	0	1	18
30—49	22	1	1	1	25
50—69	16	1	2	1	20
sosiaaliryhmä					
ylemmät toimihenkilöt	31	1	1	2	35
alemmat toimihenkilöt	19	2	1	1	23
maanviljelijät	36	0	—	4	40
työntekijät	17	1	1	2	21
muut	25	—	—	1	26

Sulut () tarkoittavat sitä, että vastaajia on ryhmässä liian vähän, jotta tietoja voisi pitää luotettavina.

tilaisuuksissa nautittu juoma ei tietenkään ole ilmaista, vaan noin puolet siitä on kustannettu itse. Tällaisen edustamisen osuus syysviikon alkoholin kulutuksesta jää siis kolmen prosentin tietämille. Kun aineistosta vielä etsittiin ne "aterioiksi" luokitellut juomistilanteet, joissa oli läsnä työtovereita tai työn kautta tutuiksi tulleita, mutta ei perheenjäseniä, saatiin edustuskulutukseen yhden prosenttiyksikön lisäys. Kokonaisuudessaan edustusjuomisen 4–5 prosentin osuus vastaa muissa tutkimuksissa havaittua.

Ilmaisen viinan osuus vaihtelee myös alueittain. Pienin se on hieman yllättäen Helsingin seudulla, suurin Vaasan läänissä. Vaihtelu on suurta naisten keskuudessa. Kun Helsingin seudun naisten juomisista kolmannes oli muuta kuin itse maksettua, nousi osuus Vaasan läänissä kahteen kolmannekseen. Miesten keskuudessa osuudet vaihtelivat 15 ja 25 prosentin välillä.

Käsitys ilmaisen tai edullisen alkoholin merkityksestä monipuolistuu näiden lukujen esittämisen jälkeen. Hämmästyttävän suuri osa alkoholista on saatu niin, että itse nauttimistilanteessa se on ollut nauttijalleen ilmaista. Toisaalta lähes kaikki tällainen ilmaiskulutus on luonteeltaan vastavuoroista ja siten tosiasiaa korvattavaa. Tiedot korostavat alkoholin merkitystä kanssakäymisen välineenä, ei pelkästään jäykkyyttä ja arkuutta liuottavana voiteluaineena, vaan myös symbolisen vaihdon välineenä, jolla osoitetaan saajan ja antajan välisiä erityisiä suhteita (vrt. Simpura & Partanen 1985). Erityisesti naisten alkoholin saatavuus on suurelta osalta tällaisen vaihdon varassa. Ilmiössä on useita eri ulottuvuuksia. Yksi niistä näyttää liittyvän epäviralliseen ja viralliseen alkoholin käytön kontrolliin, toinen taas eri sosiaaliluokkien elämäntapojen eroihin ja vastavuoroisuuden merkitykseen ihmisten välisissä yhteyksissä. Sellaiset väestöryhmät, joille alkoholin hankkiminen on vallitsevien sosiaalisten normien tai nimenomaisten määräysten vuoksi vaikeaa, turvautuvat pitkälle epävirallisen vaihdon kanaviin juomahankinnoissaan. Ääriesimerkkejä tästä ovat vanhimpien ikäluokkien ja Vaasan läänin naiset sekä alaikäinen nuorisio. Lahjajuomat, jotka kokonaisuudessaan ovat varsin vähäinen erä, näyttävät keskittyvän perinteisintä elämänmuotoa vaaliviin väestöryhmiin. Muuten taas vastavuoroinen alkoholijuomien tarjoaminen on suurinta sekä "moderneissa" ylempien toimihenkilöiden ryhmissä että "perinteisessä" maan-

viljelijäväestössä. Tällainen vastavuoroisuus on vähäisempää alempien toimihenkilöiden ja työväestön keskuudessa. Kolmantena ulottuvuutena voidaan vielä mainita se seikka, että ne väestöryhmät, joissa alkoholin kulutus on runsainta, kustantavat yleensä itse suuremman osan juomistaan kuin muut ryhmät.

Alkoholiin liittyvä vastavuoroisuus on sosiologisesti erityisen mielenkiintoinen, koska siinä voidaan samanaikaisesti tarkastella vuosituhantista vieraanvaraisuutta ja modernin yhteiskunnan erityisiä yhteisyyden muotoja. Tässä kirjoituksessa ilmiön ulottuvuudet jäävät vielä luonnosasteelle, mutta jo nämä havainnot antavat aihetta miettiä jatkokesymyksiä. Niihin palattaneen viimeistään seuraavan juomatapatutkimuksen yhteydessä.

Varsinainen ilmainen viina jää vastavuoroisen vaihdon varjoon. Tulokset viittaavat siihen, että nauttijalleen ilmainen tai edullinen viina muodostaa 10–15 prosenttia alkoholin kokonaiskulutuksesta. Paljon puhuttu edustusjuominen on juomatapatietojen mukaan muutaman prosentin ilmiö.

Kirjallisuus

Bruun, Kettil: Alkoholin käyttö edustustarkoituksiin. Alkoholipolitiikka 42 (1977): 5, 235–240

Ravintoloiden myynnin rakennetta koskevan tutkimuksen tulokset. Tiedote. Hotelli- ja ravintolaneuvosto, 1985
Seppä, Maarit: Lahjaviinat. Julkaisematon pro gradu -tutkielma. Helsingin yliopisto, sosiologian laitos, 1983

Simpura, Jussi: Tyypillisen syysviikon juomiskerrat. S. 77–101. Teoksessa: Simpura, Jussi (toim.): Suomalaisen juomatavat. Helsinki: Alkoholitutkimussäätiö, 1985

Simpura, Jussi & Partanen, Juha: Juomatavat muuttuvassa yhteiskunnassa. S. 206–217. Teoksessa: Simpura, Jussi (toim.): Suomalaisen juomatavat. Helsinki: Alkoholitutkimussäätiö, 1985

Österberg, Esa: Kotivalmisteisen alkoholin käyttö Suomessa vuosina 1972–1989. Alkoholipolitiikka 54 (1989): 4, 199–205

Österberg, Esa: Tilastoitu ja tilastoimaton alkoholin kulutus. S. 17–36. Teoksessa: Simpura, Jussi (toim.): Suomalaisen juomatavat. Helsinki: Alkoholitutkimussäätiö, 1985.

Jussi Simpura

Tukkuhintajärjestelmä ja ravintolakulttuuri

Jokainen ravintolassa ruokaillut tietää, että suomalaisten ravintola-aterioiden hinnat ovat aivan liian korkeat. Niinpä perheet eivät juuri käykään syömässä ravintoloissa, vaan työssä käyvät perheenäidit ahertavat keittiössä iltaisin ja viikonloppuisinkin. Toisin on monissa Keski- ja Etelä-Euroopan maissa, joissa ravintolahinnat

ovat selvästi alhaisemmat, myös yleisen hintatason eron huomioon ottaen.

Ravintoloiden nykyinen alkoholin hinnoittelu perustuu ns. laatutasoon: mitä tasokkaampi ravintola on, sitä kalliimpaan hintaan se saa alkoholijuomia myydä. Ajatuksena lienee alun perin ollut, että tasokkaimmissa